Encontre sua forma de expressão no Twitter

Folha de atividades

Instruções: imprima ou edite este PDF para responder às perguntas que ajudarão você a definir sua forma de expressão no Twitter.

01 Estabeleça barreiras

Defina as diretrizes gerais dos seus Tweets. Elas ajudam a estabelecer um perímetro de segurança para sua criatividade.

Texto

Palavras, frases e tópicos para incorporar (Temas? Slogans?)

Palavras, frases e tópicos para NÃO incorporar (Nomes dos concorrentes? Antigos slogans da empresa?)

Mídia

Itens para incluir em imagens ou vídeos (Representação diversificada? Logotipos da empresa? Posicionamento do produto?)

Itens para NÃO incluir em imagens ou vídeos (Materiais licenciados? A parte interna de um bar está boa, mas tem alguém bebendo demais?)

Emojis

Emojis recomendados e relevantes para sua marca

Emojis que NÃO devem ser usados (Armas? Representação de gênero?)

"Audaciômetro":

Dica: não tenha receio de brincar com as variações daquilo que você quer expressar até encontrar o que funciona. Experimentar é algo que dá muito certo no Twitter.

02 Crie uma persona

Preencha as lacunas abaixo para imaginar a forma mais humana de sua marca. Afinal de contas, marcas não Tweetam –– mas as pessoas, sim!

Se sua marca fosse uma pessoa...

O restaurante favorito dela seria _____.

A roupa que ela escolheria para sair seria _____.

A frase de efeito dela seria _____.

O emoji que ela mais usaria seria _____.

Na cafeteria, seu pedido seria _____.

A imagem de fundo que ela usaria no laptop seria _____.

O número para o qual ela mais ligaria seria de seu (ou sua) _____.

Seu animal de estimação seria _____ com o nome de _____.

O álbum que ela mais ouviria seria _____.

Desenhe um retrato

Se sua marca fosse uma pessoa, como ela seria?

Detalhamento

Depois de interagir com sua marca, as pessoas devem sentir _____.

Três palavras que me ocorrem quando penso nesse sentimento: _____, _____ e _____.

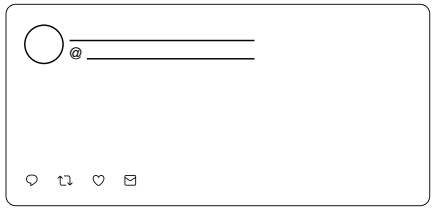
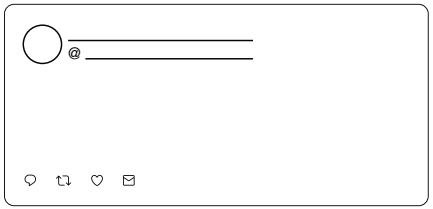
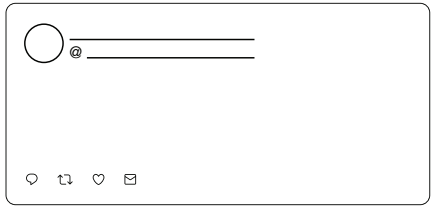
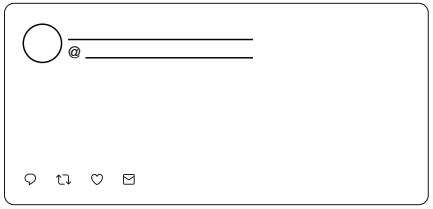
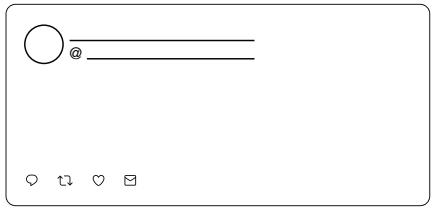
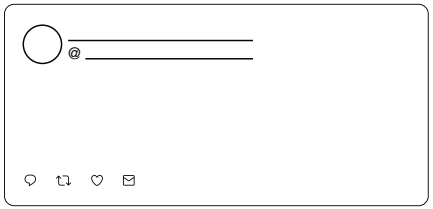
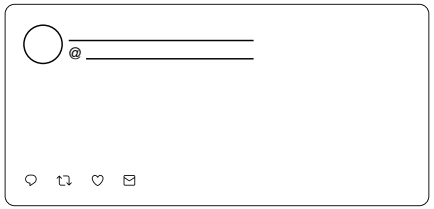
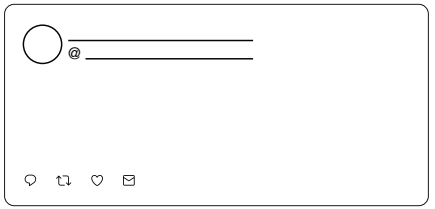
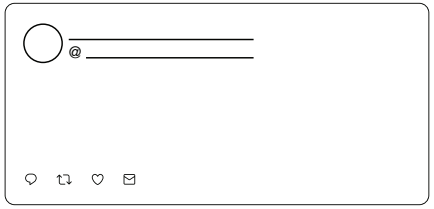
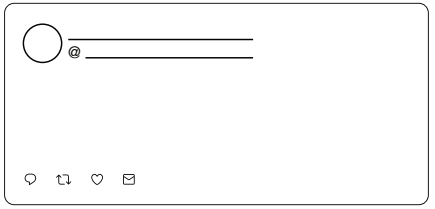
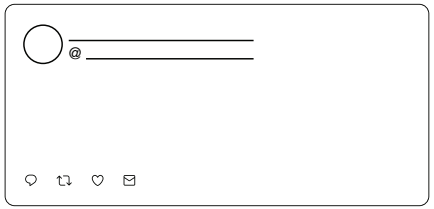
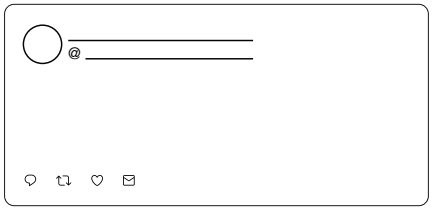
Uma marca que faz com que eu me sinta assim é _____.

O tom dessa marca é _____ e _____.

03 Quanto mais prática, melhor!

Ponha os dois primeiros exercícios em prática com alguns Tweets.

Tweets que combinam com a expressão da marca:








Tweets que não combinam com a expressão da marca: